

# Lokaljournalismus hat Zukunft.

4. Regionaltag in Bielefeld



## Welchen Lokaljournalismus wollen wir uns leisten?

► Gut informiert vor Ort: Ostwestfälische Medienangebote auf dem Prüfstand

Tagungsbericht von Dr. Matthias Kurp

**Wie muss sich der Lokaljournalismus entwickeln, wenn er sich in Zeiten der Printkrise behaupten will? Wo liegen Fehler der Vergangenheit und wo Optionen für die Zukunft? Welche Rolle spielen digitale Verbreitungswege, und wie können die Interessen der Leserinnen und Leser besser berücksichtigt werden? Beim 4. Regionaltag der LfM-Stiftung *Vor Ort NRW* diskutierten am 28. März in der Bielefelder Hechelei Expertinnen und Experten aus dem Regierungsbezirk Detmold darüber, wie sich der Lokaljournalismus an digitale Medienentwicklungen anpassen muss.**

„Es ist schon ein schwieriges Geschäft, aber es ist nicht aussichtslos!“ So beschrieb **Carsten Heil** den Stand der Dinge. Der stellvertretende Chefredakteur der *Neuen Westfälischen (NW)* betonte, mit den meisten Lokal- und Regionalzeitungen lasse sich immer noch Geld verdienen, wenn auch „nicht mehr so viel wie vor zehn oder fünfzehn Jahren“. Der Chefredakteur von *Radio Bielefeld*, **Timo Fratz**, mochte ebenfalls nicht schwarzmalen: „Ich bin keiner, der sich hinstellt und jammert.“ Die beiden Redaktionsleiter gaben sich kämpferisch: Ausgehend vom jeweiligen Basisgeschäft müssten Innovationen im digitalen Bereich Reichweiten und Erlöse vergrößern. Außerdem komme es auf die Qualität der Inhalte an.

Dass Lokalzeitungen Auflage verlieren – die Zeitungsgruppe Neue Westfälische im vergangenen Jahr (ohne Mindener Tageblatt) knapp 6.000 – ist nicht zu übersehen. „Gerade junge Leute sind nicht bereit, für journalistische Inhalte zu zahlen“, nannte **Simone Jost-Westendorf** einen Grund für die Probleme des traditionellen Zeitungsgeschäftes. Die Geschäftsführerin der *LfM-Stiftung Vor Ort NRW* sagte, Ziel der Stiftung sei es, die mediale Vielfalt zu stärken. Das gelte sowohl für Konzepte aus Verlags- und Medienhäusern als auch für verlagsunabhängige Projekte. Die Stiftung wolle zur Vernetzung aller Marktteilnehmer beitragen und Kooperationen anregen. Zentral für lokaljournalistische Vielfalt und Qualität sei die Finanzierungsfrage. Deshalb plane die Stiftung etwa für Anbieter neuer lokaljournalistischer Angebote ein individuelles Beratungsprogramm, das Unterstützung in wirtschaftlichen, aber auch technischen, rechtlichen oder steuerlichen Fragen bieten könne.

Mit Blick auf die nordrhein-westfälische Medienlandschaft und die bislang entstandenen lokalen Online-Angebote sprach Simone Jost-Westendorf von einer „sehr heterogenen“ Struktur. Jenseits der Verlagsangebote gebe es viele lokale Blogs von „Einzelkämpfern“, die viel Idealismus mitbrächten, aber häufig zu wenig über Mechanismen zur Verbreitung und Vermarktung der eigenen Inhalte wissen würden. Die Gefahr zu scheitern sei deshalb „relativ groß“.

Über Erfahrungen mit dem Scheitern berichtete **Marlene Rathgeber**. Die Kommunikationsberaterin aus Paderborn hatte zusammen mit Karsten Strack (Inhaber des Lektora-Verlags) versucht, mit Studierenden der Universität Paderborn das E-Magazin **Paderkind** zu etablieren. Die digitale Publikation sollte monatlich in Form des E-Book-Formats EPUB erscheinen, und zwar werbefrei. Zu diesem Zweck war eine Crowdfunding-Kampagne gestartet worden, die schließlich ihr Finanzierungsziel verfehlte. Das Konzept für längere journalistische Texte (Reportagen, Interviews) stieß bei Investoren nicht auf ausreichendes Interesse. Dennoch zog Rathgeber eine positive Bilanz: „Man muss einfach mutig sein“, blickte sie zurück und verwies darauf, alle Beteiligten des Praxisseminars hätten aus dem Paderkind-Projekt, das aktuell „auf Eis gelegt“ sei, eine Menge gelernt. In Deutschland fehle eine „Kultur des Scheiterns und Probierens“, wie sie in der amerikanischen Start-up-Szene besteht, kritisierte Rathgeber.

### ► „Keiner weiß, wie es funktionieren wird.“

Zu denen, die im Trial-and-Error-Verfahren lokale Publizistik mit innovativen digitalen Ideen verbinden wollen, gehört **Sebastian Penthin**. Der Geschäftsführer der Hamburger Lokalportal GmbH schilderte, wie er zurzeit mit einem jungen Team das Online-Projekt **lokalportal.de** aufbaut. Dabei handelt es sich um eine Mischung aus hyperlokalem News-Angebot und Nachbarschaftsportal. „Wir stellen eine technische Plattform, die in unterschiedlichen Regionen mit verschiedenen Verlagen realisierbar ist“, erklärte der Gründer. Online werden einerseits Texte von Lokaljournalisten und andererseits Beiträge von privaten Nutzern, Vereinen oder lokalen Initiativen geboten. Entsprechende Inhalte existieren bislang in Schleswig-Holstein, Ostwestfalen-Lippe und Meißen.

Wer sich kostenlos bei lokalportal.de registriert und sich für einen bestimmten Ort einloggt, kann sich in einem Umkreis von zwanzig Kilometern persönlich mit „Nachbarn“ austauschen, die ebenfalls registriert sind. Was ursprünglich als „Facebook fürs Dorf“ und reines Nachbarschaftsnetzwerk für User Generated Content geplant war, entwickelt sich allmählich zu einem Lokalportal, das verstärkt auch journalistische Inhalte einbinde, erklärte Sebastian Penthin. Darüber hinaus könnten Leser und Leserinnen an Umfragen teilnehmen oder Fotos posten. So solle „auf einen Blick“ alles gefiltert und kuratiert werden, was vor Ort passiere, wobei jeder mitmachen könne. Partner und Gesellschafter sei unter anderem die Neue Westfälische in Bielefeld. „Das Lokalportal-Projekt ist nie abgeschlossen“, kündigte der Geschäftsführer eine kontinuierliche Weiterentwicklung an. Ständig werde Neues getestet, Altes modifiziert oder verworfen. „Keiner weiß exakt, wie es funktionieren wird“, laute die Devise. Neue Ideen würden in kurzen Zyklen immer wieder neu umgesetzt. Das Internet erlaube dann schnelle Erfolgsmessungen und Korrekturen. Die Finanzierung sei mit Hilfe von öffentlichen Fördergeldern und Verlagen wie der Neuen Westfälischen gelungen.

Carsten Heil erläuterte, das Engagement bei lokalportal.de gehöre ebenso zur Digitalstrategie des Bielefelder Verlags- und Medienhauses der Neuen Westfälischen wie Aktivitäten von Radio Bielefeld oder die Angebote nw.de und tag24.de. „Das Konzept, dass ein Medium für alle Nutzerinnen und Nutzer ausreicht, ist Vergangenheit, argumentierte der stellvertretende Chefredakteur der Neuen Westfälischen: „Cashcow ist immer noch das Printprodukt. Aber wir müssen uns auch nach kleineren Körnern bücken.“ Timo Fratz urteilte, in Zukunft seien mehr Innovationen im digitalen Geschäft möglich und erforderlich. Nur so könne sich der Lokalfunk etwa gegen Apps und Audio-Angebote wehren. Um das zu erreichen, brauche Radio Bielefeld aber zunächst einmal eine neue Stelle für einen Online-Redakteur.

Dass die Strukturen mittelständischer Medienunternehmen nicht immer geeignet für sinnvolle digitale Innovationen seien, räumte Christian Heil ein. Manchmal aber gelinge dennoch etwas Überraschendes. So sei beispielsweise [FuPa.net Ostwestfalen](#), das Onlineportal der Neuen Westfälischen für den Amateurfußball, eine „totale Erfolgsgeschichte“. Dort seien Gewinne absehbar. Mit dem Angebot könne der Verlag sogar nahezu in Echtzeit Video-Sequenzen von den Fußballplätzen der Region anbieten. Timo Fratz nannte als innovatives Projekt von Radio Bielefeld eine eigene [App](#) „mit lokaler Eilmeldungsfunktion“, die dazu beitrage, dass die Online-Reichweite merklich steige.

### ► „Konstruktive Berichterstattung, aber keine Lobhudelei.“

Letztlich aber sei die Technik unwichtig, wenn die lokalen Inhalte für die Zielgruppe relevant seien, brach Christian Heil eine Lanze für mehr kritische Recherche und kluge Reportagen, für mehr Hintergrundberichte statt Verlautbarungsjournalismus. „Nicht das Internet ist das Problem, nein, es sind die Inhalte“, machte der stellvertretende NW-Chefredakteur darauf aufmerksam, dass die ersten Auflagenverluste der Zeitungsverlage schon eingesetzt hätten, bevor sich das Internet etablierte. Schuld daran seien auch Journalisten, die sich nur als „Protokollanten“ verstehen würden und zu wenig Engagement bei Kritik und Kontrolle der politischen Entscheidungsträger zeigten. „Verlautbarung braucht kein Mensch“, plädierte Timo Fritz für den journalistischen Blick auf das, was die Rezipienten im Alltag beschäftigen oder sich jenseits offizieller Pressekonferenzen abspiele.

Ein leidenschaftliches Plädoyer für einen kritischen Lokaljournalismus hielt **Ralf Freitag**. Der für Medien und Kommunikation zuständige Bereichsleiter der [Lippischen Landes-Zeitung](#) hatte am Vortag auf den Internetseiten der [Drehscheibe](#), einem Angebot der Bundeszentrale für politische Bildung, in einen kritischen Beitrag [Forderungen an einen modernen Lokaljournalismus](#) formuliert. Ralf Freitag rief dazu auf, Lokaljournalisten müssten deutlicher Stellung beziehen, gründlicher recherchieren und analysieren. Das journalistische Potenzial in den Redaktionen sei sehr gut, werde aber nicht ausgeschöpft. Ralf Freitag wünscht sich mehr Dialog-Formate, mehr Hintergrundberichte, um komplexe Themen wie etwa den demografischen Wandel anschaulicher zu machen, und „konstruktive Berichterstattung, aber keine Lobhudelei“. Wichtig sei, auf Terminjournalismus zu verzichten und sich wieder auf die Inhalte zu konzentrieren. Andernfalls würden die Auflagen weiter sinken.

Auf die Frage von Tagungsmoderatorin **Andrea Hansen** nach der Zukunft des Lokaljournalismus und den digitalen Optionen antwortete der stellvertretende NW-Chefredakteur Christian Heil, man müsse nicht immer das perfekte Produkt haben. Manchmal reiche es aus, etwas zu beginnen und dann kontinuierlich im Markt weiterzuentwickeln, wie das bei vielen Apps der Fall sei. „Die starten erst nur als Versuch“, appellierte der Zeitungsmann an die Experimentierfreude seiner Branche. Auch Marlene Rathgeber riet zu mehr Mut bei der Entdeckung von digitalem Neuland. Lokalfunk-Chefredakteur Timo Fratz zeigte sich sicher, die Lokalzeitung habe noch Zukunft, und Firmengründer Sebastian Penthin lobte die „kritische Selbstreflexion der Lokaljournalismus-Branche“. Dennoch müsse immer wieder Neues gewagt werden. „Updates sind wichtig“, lautete das Fazit von Simone Jost-Westendorf. Die Geschäftsführerin der LfM-Stiftung *Vor Ort NRW* empfahl, den Lokaljournalismus und sein Geschäftsmodell immer wieder kritisch auf den Prüfstand zu stellen.